

В ходе исследования мы выявили, что существуют следующие способы передачи наименований брендов с английского языка на русский: транскрипция, транслитерация, смешанный способ и передача наименования без изменений при помощи латиницы. Рассмотрев более 100 примеров в трех различных группах товаров, мы пришли к выводу, что наиболее приемлемыми для адекватности перевода являются транскрипция и передача наименований при помощи латиницы, то есть без изменений. Например, *Eyeko (Айко)*, *Mosaïque (Мозаик)*, *Tazo Awake* были переведены транскрипцией либо оставлены без изменений. Заметим, что дословный перевод или калькирование не рекомендуется применять, так как это может оказаться неадекватным или неблагозвучным, а иногда и непонятным для окружающих, что негативно повлияет на репутацию бренда. Так, примером из группы товаров косметики и гигиены может послужить наименование известного бренда средств по уходу за телом *The Body Shop*, которое дословно в русском языке обозначает ‘Кузовной цех’, поэтому предпочтительнее является перевод способом транскрипции – *Бодишоп*. Другим примером служит наименование бренда одежды *Blue Monkey*. Дословный перевод ‘Синяя обезьянка’ является крайне нелепым и даже смешным, что вызывает неуважение к данному бренду, поэтому предпочтительнее передать наименование при помощи транскрипции – *Блю Манки*. Или, например, наименование бренда по выпуску салатов, соусов и десертов *Walkers*, дословно переведенное на русский язык как ‘Ходуны’, не дает потребителям никакого представления о выпускаемой брендом продукции. Поэтому нами был выбран способ передачи наименования на русский язык путем транскрипции *Волкерс*.

Таким образом, предпочтением переводчика при передаче англоязычного наименования бренда оказывается не дословный перевод, а иные способы с целью адекватного восприятия наименования русскоязычными потребителями.

М. Пономаренко

ПЕРЕВОД ИДИОМАТИЧЕСКИХ ВЫРАЖЕНИЙ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Английский за свою тысячелетнюю историю накопил большое количество идиоматических выражений, которые мы в настоящее время широко используем не только в повседневной жизни, но и в научной сфере.

Хорошее знание языка невозможно без знания его идиоматических выражений. Их разумное использование делает речь более развернутой и эстетичной. С помощью идиоматических выражений, которые не переводятся дословно, а воспринимаются переосмысленно, усиливается эстетический аспект языка, так же, как с помощью различных оттенков цветов информационный аспект языка можно с легкостью приукрасить эстетичным описанием нашего мира. Наиболее неопровержимым доказательством богатых возможностей идиоматических единиц – и особой сложности их для перевода – является то, что их охотно не только употребляют, но творчески преобразуют многие писатели, журналисты.

Все изучающие английский язык как иностранный испытывают особые трудности при освоении этого пласта лексики. Переводчики как письменных, так и устных текстов часто отмечают, что основную трудность в переводе составляют именно идиоматические выражения, которые не всегда можно перевести однозначным эквивалентом.

В большинстве случаев знание фразеологии помогает избежать дословного перевода, но специалисты должны владеть исходным языком и языком перевода на самом высоком уровне, чтобы не исказить смысл высказывания и не допустить неправильной передачи замысла автора высказывания. Особую актуальность идиоматика приобретает в устном переводе, когда у переводчика нет возможности заглянуть в словарь или справочник.

В. Походий

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АВСТРАЛИЙСКОГО ВАРИАНТА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Для исследования лексических особенностей австралийского варианта английского языка были использованы различные источники, в том числе словари, веб-сайты, авторефераты диссертаций. Но ключевую роль сыграл фильм «Crocodile Dundee». Именно благодаря этому фильму многие люди в Америке до сих пор считают, что все австралийцы здороваются, говоря *G'day mate*, что все ручьи в Австралии называются *bilabong*, а человек, раздраженный вашим любопытством, назовет вас *sticky beak*.

В рамках курсовой работы мы рассмотрели лексические особенности австралийского английского в различных сферах жизни языка, в частности жаргоне, сленге и повседневной речи.

Причиной уникальности австралийского английского является то, что он неоднороден по своему происхождению – в нем есть элементы языков аборигенов, населявших эти территории до того, как сюда прибыли европейские колонисты (например, слова *dingo*, *kangaroo*, *cooee* ‘звущий крик, а также мера измерения дистанции’ и *Hard yakka* ‘тяжелый труд и трудолюбивый человек’). Первыми колонистами, заселившими территорию Австралии, были заключенные, чей жаргон и сленг также оказали некоторое влияние на формирование австралийского английского (*magpies* ‘сороки’ и *canaries* ‘канарейки’ как обозначение самих заключенных из-за желто-черного или просто черного цвета их одежды). Их настоящим наследием австралийскому стал страйн – разговорный австралийский диалект, базирующийся на их жаргоне и считающийся одним из наиболее сложных вариантов английского. Про него даже говорят, что «Хотя те, кто говорят на американском английском, с трудом понимают тех, кто говорят на других вариантах, те, кто говорят на страйне, понимают всех и могут, запутать всех». Причиной такого мнения является то, что в страйне принято произносить слова слитно (*wadayathink* ‘what do you think’), что в нем присутствует склонность к рифмованию (*have a captain Cook* ‘have a look’).